

# Presse, sportifs, lecteurs : du schème explicatif à l'assignation identitaire

Valérie Bonnet et Christine Mennesson

---



### Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/18919>

DOI : [10.4000/questionsdecommunication.18919](https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.18919)

ISSN : 2259-8901

### Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

### Édition imprimée

Date de publication : 1 octobre 2019

Pagination : 7-22

ISBN : 9782814305540

ISSN : 1633-5961

### Référence électronique

Valérie Bonnet et Christine Mennesson, « Presse, sportifs, lecteurs : du schème explicatif à l'assignation identitaire », *Questions de communication* [En ligne], 35 | 2019, mis en ligne le 01 octobre 2019, consulté le 13 avril 2021. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/18919> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.18919>

---

*Questions de communication* is licensed under CC BY-NC-ND 4.0



VALÉRIE BONNET

Laboratoire d'études et de recherches appliquées en sciences sociales  
Université Toulouse 3 – Paul Sabatier  
F-31000  
valerie.bonnet[at]univ-tlse3.fr

CHRISTINE MENNESSON

Centre de recherches sciences sociales sports et corps  
Université Toulouse 3 – Paul Sabatier  
F-31000  
christine.menesson[at]univ-tlse3.fr

## PRESSE, SPORTIFS, LECTEURS : DU SCHÈME EXPLICATIF À L'ASSIGNATION IDENTITAIRE

Le discours médiatique sur le sport est souvent un discours sur les sportifs, qui sont par essence des éléments centraux du texte journalistique, au sens où la narration repose, entre autres éléments, sur des acteurs, des rôles et des fonctions, *i.e.* des interactions typiques entre acteurs. Si on le trouve de manière évidente dans les comptes rendus de compétitions ou les articles de cadrage anticipatif, le sportif est également omniprésent dans les ensembles rédactionnels : portraits, ragots dans les médias spécialisés ou dans les rubriques *people*.

Cette médiatisation va de pair avec une forme d'individualisation qui tente de faire émerger des figures selon une logique de vedettariat bien connue dans le marketing du politique. Ces olympiens, par deux fois étudiés (Violette Morin [1963], et Daniel Dayan [2012] après elle, mais aussi latéralement par Edgar Morin [1957]) sont revus de manière spécifique au champ sportif par Patrick Mignon qui parle de *deux performances*, sportive et publique, des athlètes. Figures de projection, ceux-ci subissent des logiques

de réification diverses, qu'ils constituent des emblèmes pour des argumentations territoriales (sélections nationales, mais aussi équipes locales dans la presse quotidienne régionale [PQR] et autres médias de proximité, ou encore campanilisme, voir Bonnet, 2007), des stratégies marketing (se rapprocher au plus près des imaginaires parcourant les milieux et les publics sportifs dans la presse spécialisée, Bonnet, 2017) ou des supports de projection pour le public. Paradoxalement, ce travail d'individualisation du sportif et de la sportive à des fins emblématiques diverses l'éloigne de la réalité propre qu'il ou elle constitue pour le ou la ramener à une *persona* enfermée dans une catégorie imputable à divers schèmes cognitifs ou logiques de publication.

Cette réification des athlètes à la cause sportive, territoriale ou éditoriale, si souvent décriée, percole à travers les représentations médiatiques où est mise en forme la relation que propose le producteur du discours, comme l'évoquent Michaël Attali et Jean-Marc Lemonnier (2011)<sup>1</sup>. Liés à leur public par un contrat – variable en fonction de la spécialisation du média, de sa périodicité, de son aire de diffusion –, les journalistes traduisent à travers celui-ci les attaches identitaires qui les unissent à un destinataire dit *modèle*.

En d'autres termes, derrière les relations entre le média et son public se pose la question de la représentation de soi et des autres mise au jour par les procédés de construction de la réalité entretenus par le groupe<sup>2</sup> comme processus de catégorisation, de stéréotypisation, d'essentialisation. Le sport et le sportif sont des objets privilégiés de ces logiques de cognition sociale à l'œuvre dans le discours médiatique, au sens où ils sont perçus comme porteurs de lourdes implications sociales, politiques et affectives orchestrées lors des compétitions et mises en scènes par les différentes institutions avec lesquelles ils sont en liens directs ou indirects. Support plus ou moins revendiqué de l'identité du groupe, le journaliste, en tant qu'individu, mais également en tant que producteur de discours, participe à la construction des idéologies et de la réalité sociale, contribuant ainsi aux logiques d'assignation identitaire. Ce processus au cours duquel une des composantes de l'identité des individus supplante toutes les autres trouve un lieu de mise en œuvre privilégié dans la mise en scène éditoriale des athlètes.

## Sport de haut niveau et presse sportive : des objets peu étudiés

Nous offrons ici un dossier sur les sportives et sportifs de haut niveau, car, curieusement, leur représentation médiatique est peu traitée par la littérature académique francophone, qui, en matière de médiatisation du sport, se préoccupe

<sup>1</sup> M. Attali et J.-M. Lemonnier abordent le traitement des sportifs des années 1960 dans les revues destinées à la jeunesse. Ils montrent ainsi que la nageuse Kiki Caron est présentée, en fonction de la position de la revue dans le champ, comme une sportive (à l'entraînement), ou une jeune fille (parlant mode, musique et coiffure).

<sup>2</sup> Les procédés de construction de la réalité entretenus par le groupe sont constitués de ces objets que sont les situations, les personnes, les groupes, les organisations, mais aussi des relations entre lesdits objets.

davantage du spectacle sportif que de ses acteurs à proprement parler. Ceux-ci sont abordés au détour des études de genre (Montañola, 2011 ; Mennesson, 2005), des mécanismes de racialisation/ethnicisation (Mennesson, Sorignet, 2007 ; Charlot, Clément, 2007), voire de la dénonciation du sport spectacle (Brohm, Perelman, Vassort, 2004), ou encore comme éléments d'une contextualisation historique qui les analyse en tant que symptômes de l'évolution d'une époque (Frenkiel, 2008 ; Attali, Lemonnier, 2011). Une analyse plus systématique et théorisable sur les catégorisations/assignations identitaires mise en relation avec les liens entre les publics et le discours médiatique, avec le contexte, et non de simples monographies, permet de poser la question des relations entre producteurs et récepteurs d'information, rassemblés autour de communautés diverses, de questionner les relations intergroupes, les circuits de fabrication de l'information sportive. À cet effet, nous proposons d'analyser les figures médiatiques des sportifs de haut niveau dans un domaine peu étudié, celui de la presse.

Si les médias électroniques, et particulièrement la télévision, se taillent la part du lion en matière de recherche, la presse sportive demeure un lien communautaire fort : elle jouit d'une très grande vitalité, les journaux sportifs omnisports forment une réalité éditoriale répandue dans le monde (*Gazzetta dello sport, Superdeporte, L'Équipe, Corriere dello sport, Lance, Olé, Nikkan sport, Planet sport, Turkey sport, Sport express...*) et la rubrique « sport », sous diverses formes, constitue l'un des quasi-invariants des quotidiens et autres hebdomadaires, quel que soit le positionnement de ceux-ci (*Le Monde, Les Échos* au même titre que *Le Dauphiné libéré* ou *20 minutes*). Les magazines, surtout quand ils relèvent de la catégorie *lifestyle*, ne sont pas en reste, au détour d'un portrait, d'une victoire ou d'un engagement caritatif. En outre, « la lecture de la presse est la seule des consommations médiatiques qui passe par l'échange pécuniaire effectif<sup>3</sup> » (Jeanerret, Patrin-Leclère, 2004), indicateur d'un engagement de son public. Enfin, la presse est aussi le lieu d'existence des petits sports, de la stratification fine de l'audience et de la rencontre de l'amateur et du professionnel, fondant, au gré des rubriques, des communautés discursives, censées se rassembler autour de valeurs partagées.

Plus spécifiquement, l'objectif de ce dossier est de questionner les logiques d'identification liées à l'information sportive, comme d'interroger la matérialité langagière et picturale des formes médiatiques qui permettent « à une identité putative de se cristalliser en une réalité puissante et irrésistible » (Brubaker, 2001 : 70). Si ces deux dimensions sont intimement liées dans les différents articles, nous exposerons successivement les enjeux théoriques de ces perspectives sociologiques et sémiologiques. En effet, étudiant les conflits identitaires qui traversent les protagonistes des scènes médiatiques, Guy Lochard (2002) distingue deux positions

---

<sup>3</sup> Même si, désormais, les nombreux gratuits (papier et en ligne) bémoisent l'assertion que la lecture de la presse est la seule des consommations médiatiques qui passe par l'échange pécuniaire effectif, elle n'en demeure pas moins toujours recevable. L'entreprise de presse cherche à évacuer ce rapport marchand tangible, et ceci tout particulièrement quand il s'agit de presse affinitaire, dont les acteurs sont souvent militants de leur pratique.

théoriques à même de rendre compte des processus identitaires en jeu : d'une part, le point de vue sociologique, et notamment celui développé par Pierre Bourdieu (1982, 1996) qui considère les compétences linguistiques comme des capacités statutaires inégalement distribuées ; d'autre part, la perspective sémio-linguistique, qu'il renvoie en particulier aux travaux de Catherine Kerbrat-Orecchioni (1992), pour laquelle les interactions entre les participants occupent un rôle central permettant de redistribuer les cartes. Si la spécificité de la presse écrite, qui ne met pas en scène les journalistes et leurs interlocuteurs en direct, nécessite d'adapter l'analyse proposée par Guy Lochard, ses propositions présentent néanmoins un intérêt certain pour étudier les logiques d'identification mobilisées dans le discours médiatique. On peut ainsi distinguer l'identité sociale, résumée comme « l'ensemble des attributions identitaires qui sont potentiellement mobilisables pour un même sujet » par cet auteur (2002 : 149), à laquelle il oppose l'identité médiatique, qui est fonction des dispositifs de communication. L'enjeu du dossier consiste justement à mobiliser ces deux points de vue, sociologique et sémio-linguistique et ces deux formes d'assignation identitaire, sociale et médiatique, pour analyser les discours de la presse sportive écrite. Le souci commun des chercheurs, sociologues et spécialistes de l'information et de la communication, impliqués dans ce dossier, fruit d'un séminaire interdisciplinaire, est d'établir un lien entre des pratiques médiatiques situées et le contexte étendu de la communication médiatique, en tant qu'elle est porteuse de logique sociale.

## Assignations identitaires et enjeux sociaux

En raison du caractère très polysémique du terme *identité*, dont les définitions oscillent entre des conceptions plus ou moins fortes ou faibles (Bessone *et al.*, 2015), parler de logiques d'identification permet de mieux préciser la finalité de cette livraison qui consiste à analyser les formes d'assignation identitaire catégorielles présentes dans la presse sportive et les rubriques sport de la presse généraliste, sans les réifier, c'est-à-dire sans considérer qu'elles expriment des identités existant indépendamment des logiques sociales qui les construisent. Précisant que « l'identité n'est jamais, du point de vue sociologique, qu'un état de choses simplement relatif et flottant », Max Weber (1922 : 360) propose de s'intéresser aux conditions de « fixation » des identités. Pour les sociologues, l'identité est « comprise comme une fiction qui a réussi en résultant d'un processus social de construction et d'imposition » (Tap *et al.*, s.d.). Comme le suggère Rogers Brubaker (2001 : 70), ce processus de fixation peut s'opérer « par l'intermédiaire des discours et des récits publics ». En ce sens, les discours de la presse écrite à propos des sportifs et des sportives constituent un moyen privilégié pour étudier les modalités d'assignation identitaire relatives aux catégorisations de classe et de sexe, ou encore à la couleur de la peau ou au pays de naissance. Ainsi peut-on considérer que ces discours fonctionnent comme un miroir grossissant du social, pour deux raisons principales.

D'abord, ces discours et représentations s'inscrivent dans le champ journalistique (Champagne, 2006), où les journalistes sportifs et les responsables des rubriques « sport » occupent une position nettement dominée. D'origine sociale moins favorisée que leurs confrères, moins dotés en capital culturel (Diana, 2013), ils connaissent des formes de socialisation professionnelle qui ne favorisent pas une distance critique à l'égard de leurs sources, et qui les conduisent majoritairement à mobiliser les catégories de sens commun de leurs informateurs (Frayse, Mennesson, 2016 ; 2017). Leur proximité avec leurs sources, souvent scellée par un passé sportif, les situe par ailleurs dans un même monde, une même communauté (socio)discursive (Bonnet, Boure, Cassagne, 2007). Dans le cas de la presse écrite sportive, elle-même en position subalterne par rapport aux émissions sportives télévisées, les conditions de travail (difficultés d'accès aux sources et contraintes de « bouclage » d'un quotidien) jouent également sur les possibilités de questionner des stéréotypes qui sont partie prenante du sentiment d'appartenance au milieu (Marchetti, 2002).

Ces communautés sportives dont rendent compte les journalistes sportifs sont historiquement construites et diversement situées d'un point de vue social et sexué. Ainsi, dans deux univers sportifs majoritairement investis par les hommes, comme les mondes des boxes poings-pieds et du football, les logiques d'assignation de genre concernant les sportives prennent-elles des formes différentes (Mennesson, 2005 ; 2006). Si l'invisibilité caractérise la (non-)médiatisation des footballeuses dans les magazines spécialisés, les boxeuses sont, elles, soumises à une logique de mise en scène de leur appartenance de sexe, parfois érotisée, dans les médias concernés. Dans le monde du football, ce mode de présentation concerne les spectatrices, les tribunes apparaissant comme le lieu le plus approprié pour les femmes (Mennesson, 2008). L'histoire sociale et culturelle des disciplines sportives façonne donc des logiques d'identification particulières. La principale revue de VTT, *Vélo Vert*, historiquement liée aux sports mécaniques, propose par exemple des modèles de genre imprégnés de la culture de ces disciplines (Frayse, Mennesson, 2009).

Par ailleurs, envisager le journalisme comme un champ implique de prendre en compte la position des médias étudiés dans le sous-espace considéré, les formes d'assignation identitaire étant susceptibles de varier en fonction des stratégies éditoriales des quotidiens ou des magazines. Dans le présent dossier, Mélie Fraysse repère différents modèles de genre dans les revues de VTT. Les revues en position dominante dans ce sous-espace très particulier mettent en scène les modèles de genre caractéristiques du milieu, masculinité hégémonique du côté des hommes, et « *emphazied femininity*<sup>4</sup> » (Connell, 1987) pour les femmes. Une revue plus récente, positionnée sur les pratiques de loisir, propose en revanche des modèles de genre moins différenciés et plus novateurs. Ainsi, comme le montre Sandy Montañola (2011), les formes de mise en scène des sportifs et sportives peuvent-elles parfois s'éloigner des stéréotypes attendus et proposer des logiques d'assignation identitaire

<sup>4</sup> On pourrait traduire la proposition de Raewyn Connell, « *emphazied femininity* », par l'expression « féminité affirmée ».

moins différenciatrices et/ou hiérarchiques. Ces variations dans la diffusion de modèles hégémoniques ont été identifiées par Robert Connell et James Messerschmidt (2005), qui mettent en évidence des formes locales de masculinité ou de féminité, se construisant à distance des modèles dominants en raison des caractéristiques des contextes sociaux et/ou des propriétés sociales des individus concernés. Ce processus s'observe dans le cas des journalistes de la presse VTT : les plus dotés en capital culturel, qui possèdent une formation de journaliste généraliste, adoptent une position critique à l'égard des figures de genre du milieu (Frayssé, Mennesson, 2016 ; 2017). Les formes de communication de l'équipe de rugby du Racing Club de France se positionnent également sur des logiques distinctives, qui se traduisent par une atténuation des logiques d'assignation identitaire, tout du moins d'un point de vue du genre et de la sexualité. En ce sens, étudier les formes d'assignation identitaire implique de prendre en compte la position des pratiquants, des disciplines sportives ou des clubs concernés dans l'espace social considéré (Waser, 1989). Les articles proposés par Valérie Bonnet et Elise Pons s'inscrivent dans cette perspective. Étudiant deux magazines équestres *a priori* très proches, *Grand prix magazine* et *L'Éperon*, Elise Pons identifie pourtant des images différentes du cavalier idéal, en fonction du positionnement prioritaire des magazines dans le domaine du sport ou dans la communauté équestre. Dans la même veine, Valérie Bonnet met en évidence la diversité des figures mobilisées dans le cadre du traitement de « l'affaire Cécillon ». *Le Dauphiné libéré*, *Le Monde* et *L'Équipe* dessinent chacun une vedette particulière, « enfant prodige du pays, ancienne gloire ou dieu domestique ».

En outre, ces exemples témoignent de l'importance des enjeux financiers, et de l'imbrication des champs journalistique et économique (Dargelos, Marchetti, 2000 ; Rowe, 2006). En effet, les stratégies éditoriales résultent de l'impératif économique, et donc de la capacité à capter un lectorat particulier. Ce processus apparaît nettement dans les articles de Valérie Bonnet, Mélie Frayssé et Elise Pons, les logiques d'assignation mises en œuvre correspondant à chaque fois à une communauté particulière de lecteurs. Il se situe aussi au centre de l'article de Vincent Charlot sur les formes de médiatisation des joueurs All Blacks dans le journal *Midi olympique*. Présentées comme dépositaires de la « culture rugby », celles-ci participent des stratégies identitaires et économiques du club palois, soucieux d'obtenir l'adhésion de son public à l'internationalisation croissante des joueurs. Enfin, Lucie Forté montre que les métaphores raciales stéréotypées employées dans *L'Équipe* résultent de l'imbrication des champs économique, journalistique et sportif.

Ensuite, la mise en jeu du corps dans les pratiques sportives favorise indéniablement les mécanismes de naturalisation des catégories sociales. Le corps joue un rôle central dans la *socialisation du biologique* et la *biologisation du social* (Bourdieu, 1998), au fondement de la hiérarchie entre les sexes, et entre les catégories raciales (Guillaumin, 1992). Le monde sportif peut ainsi être considéré comme un « fief de la virilité » (Elias, Dunning, 1986), tout comme il constitue un lieu d'expression des rapports sociaux et raciaux (McKay, Laberge, 2006). Dans son enquête auprès d'une cinquantaine d'étudiants, Ann Morning (2015) constate que les trois quarts

de ses enquêtés expliquent la surreprésentation des sportifs noirs dans certaines activités par des raisons biologiques. Les sportives et les entraîneurs interrogés par Christine Mennesson (2005) à propos des compétences sportives des hommes et des femmes utilisent le même registre argumentaire pour justifier la hiérarchie et la séparation entre les sexes. Les acteurs du monde sportif mobilisent donc des catégorisations formalisées et codifiées qui participent à la définition des groupes sociaux de classe, de genre et de race (Rigoni, 2010 ; Forté, 2010).

Largement imprégnés de la culture du milieu, les journalistes sportifs reprennent souvent « naturellement » ces formes d'assignation identitaire (Frayse, Mennesson, 2016 ; 2017 ; Schoch, Ohl, 2011). Dans cette perspective, les athlètes masculins et féminines ne sont pas mis en scène de la même manière. Pour les sportives, les marqueurs de l'appartenance de sexe, hyper-féminité et érotisation, priment souvent sur la présentation de leurs performances (Buysse, Embser-Herbert, 2004 ; Hardin, Shain, 2005 ; Knoppers, Elling, 2001 ; Schoch, 2008, Fraysse, Mennesson, 2009). Du côté des hommes, la « masculinité » et la mise en scène de la violence constituent les modes de présentation communément mobilisés pour les sportifs (Messner, Dunbar, Hunt, 2000 ; Sabo, 2005). La couleur de peau des athlètes et leur appartenance supposée à un groupe minorisé suscitent également des traitements médiatiques particuliers. Ainsi les succès sportifs des athlètes noirs sont-ils davantage présentés comme la conséquence de qualités physiques naturelles, que comme le résultat d'un entraînement intensif et/ou de qualités morales comme le courage et la persévérance (Knoppers, Elling, 2001 ; Mennesson, Sorignet, 2007 ; Rowe, McKay, Miller, 2000).

Plusieurs articles du dossier poursuivent ces analyses. Mélie Fraysse montre la position dominante des logiques d'assignation identitaire qui reproduisent la hiérarchie entre les sexes. Au-delà des variations liées au positionnement des journaux, Valérie Bonnet identifie aussi des permanences dans les figures de Marc Cécillon, qui demeure malgré l'affaire judiciaire un dieu du stade, témoignant de la force du modèle hégémonique de masculinité sportive. Pour leur part, Lucie Forté comme Vincent Charlot soulignent les logiques d'assignation relatives à la couleur de peau ou à l'origine géographique. S'intéressant à la couverture des Championnats d'Europe d'athlétisme par *L'Équipe*, Lucie Forté compare les figures médiatiques des athlètes « blancs » et « noirs » et confirme la présence de stéréotypes raciaux. Les présentations de Christophe Lemaitre, associé à un univers civilisé et moderne, et de Dwain Chambers, renvoyé à l'animalité et la sauvagerie, constituent des exemples particulièrement évocateurs de ce processus. Si la médiatisation des athlètes non blancs les positionne souvent en position subalterne par rapport aux blancs, Vincent Charlot donne à voir des formes de mises en scène des joueurs néo-zélandais et îliens plutôt positives, qui servent les stratégies identitaires du club palois.

Enfin, s'intéresser aux catégorisations de classe, de genre et de race mobilisées par la presse écrite sportive suggère également de s'interroger sur les effets produits par ces discours et ces représentations sur les athlètes eux-mêmes et sur les lecteurs. Peu de travaux s'intéressent aux modes de réception, par les sportifs et sportives, des discours médiatiques. Dans d'autres domaines du social, certains auteurs soulignent que de tels

procédés peuvent avoir une dimension que l'on pourrait qualifier de *performative*. Stéphanie Mulot (2008) montre ainsi combien les logiques d'assignation identitaire à propos des *chabines*, les femmes métisses dans la société martiniquaise, contraignent ces dernières à se conformer à ces injonctions. Dans le monde sportif, l'omniprésence du modèle hétérosexuel dans les médias joue un rôle important dans la difficulté des athlètes engagés dans des relations homosexuelles à assumer publiquement leur orientation sexuelle (Liotard, 2017). L'un des enjeux du dossier consiste également à aborder cette question de la réception de ces discours identitaires par les premiers concernés. Lucie Forté et Vincent Charlot s'intéressent à cette dimension des assignations identitaires médiatiques. La première montre que les athlètes féminines noires intériorisent la figure peu valorisante dont elles font l'objet. Le second étudie le travail de localisation que doivent entreprendre les joueurs All Blacks du club palois afin de se rapprocher de la communauté des supporters.

Si les logiques médiatiques identitaires affectent les sportifs et sportives, elles peuvent aussi contribuer à définir les lecteurs. Sans analyser ici la portée et la diversité des modes de réception des discours médiatiques (voir à ce propos Bouillin-Dartevelle, 1993 et plus largement Hall, 1973), sujet qui nécessiterait une livraison de revue spécifique, nous considérons néanmoins que ces derniers peuvent contribuer aux logiques d'identification permettant aux lecteurs de se positionner dans le monde social. Dit autrement, les médias participent à ce que Bernard Lahire (2001) nomme « la socialisation par inculcation idéologique ». Sans proposer une analyse systématique des publics, les articles de Mélie Fraysse et d'Elise Pons permettent néanmoins de saisir les propriétés sociales des lecteurs de deux magazines étudiés et de constater l'existence de communautés discursives.

## Les mises en mots de l'assignation identitaire

Les communautés discursives se doublent de communautés sémiologiques marquées par une « manière de se comporter et de parler au nom de normes sociales que l'on suppose partagées » (Charaudeau, 2001 : 350). C'est grâce à « la "routinisation" des formes de comportement et de langage » que la sportive ou le sportif, entre autres personnes publiques, à la fois médiatisé-e mais aussi pour partie inconnu-e<sup>5</sup>, est l'objet de logiques d'identification. En effet, la psychologie sociale décrit celles-ci comme reposant sur un double mécanisme : le *décryptage* par le repérage d'indices, parfois stéréotypiques, qui, associés, permettent d'interpréter l'allure générale et d'identifier, *i.e.* placer dans une catégorie, et la *projection*, attribution du statut de modèle par une assimilation et une conformité aux propriétés attendue d'un type. L'identification se caractérise donc par des logiques d'évaluation, et surtout d'établissement de liens entre soi et autrui. Ces deux aspects, au cœur des processus de catégorisation, prennent toute leur dimension dans le rapport aux sportifs que le discours circulant (Charaudeau, 1997)

<sup>5</sup> Les portraits tracés dès qu'un *outsider* remporte une compétition indiquent que le sportif est une personne publique, mais aussi pour partie anonyme.

ou la *doxa* (au sens de Pierre Bourdieu), et l'un de ses supports, la presse, construisent et imposent. Comme le souligne Patrick Mignon (2007 : 149), « le sportif incarne [...] différentes formes d'individualité publique existantes dans la culture populaire, du héros national à "celui qu'on a vu à la télé" ». Acteur de ce phénomène omnibus (Bourdieu, 1996 : 16) qu'est le sport, il peut être le héros de la nation, le représentant du territoire, l'archétype de la modernité, l'expression d'un mode de vie/d'une culture, de pratiques, la figure éventuellement curieuse de l'individu hors norme que ses performances déshumanisent (voir à ce propos Brohm, Perelman, Vassort, 2004), ces projections comportant d'autant plus d'enjeux que la catégorisation est problématique (voir Damian-Gaillard, Montañola, Olivesi, 2014). En effet, le but de cette activité est d'appréhender et de simplifier la complexité du réel, et la mission du journaliste est, entre autres, de pré-schématiser celui-ci pour son lectorat. Ces catégorisations, aussi caricaturales qu'elles puissent être/paraître, ont des fonctions cognitives et sociales, comme expliquer les comportements et les performances (les Italiens ont le sang chaud, les noirs ont des configurations physiologiques propices à la course, les femmes ont une grâce naturelle) et justifier les actions du groupe d'appartenance (les Français sont indisciplinés, mais plein de panache).

Au fondement du travail de Colette Guillaumin (1972) sur la langue raciste, la catégorisation résume les principaux mécanismes langagiers de l'assignation identitaire : les qualifications par le truchement de la désignation intentionnelle des catégories biologiques, légales, socio-économiques (nationalité, religion, sexe, statut légal, âge) et les caractéristiques adjectives (traits de caractère, couleur de peau, comportement, caractéristiques physiques ou vestimentaires, etc.). Ce programme d'assignation par le langage trouve son application privilégiée dans la presse, et plus spécifiquement dans la presse sportive (voir Bonnet, 2010) qui apprécie les effets de style, tels que les métaphores et comparaisons, les antonomases et autres noms propres métaphoriques, mais aussi les supports axiaux d'opposition structurelle mis au jour par Christian Pociello (1998). Les dimensions ludiques et jubilatoires de ces propos à caractère interdiscursif mettent à contribution la capacité de lecture, en appellent aux connaissances encyclopédiques, discriminent le profane de l'expert, et la continuité de ces manières de dire, formatrice de manières de voir, stabilise la communauté de lecture.

Pléthoriques en matière de sport et de presse sportive, les surnoms sont le vecteur de ces réductions cognitives que constituent ces différentes figures de style, construites par sélection de traits caractérisants, relevant de mécanismes similaires à ceux de l'assignation identitaire. En effet, les *surnoms homériques* (Kennedy, Zamuner, 2006) sont porteurs d'éléments de dramatisation narrative et résument les caractéristiques de l'athlète : citons la sexuation (« la sirène des courts » pour Serena Williams), racisation (« le diamant noir » pour désigner le rugbyman Serge Betsen), l'ethnisation (« la bombe fidjienne »), la religionalisation (« *the hebrew hammer* » pour le joueur de baseball Al Rosen). Construits le plus souvent au moyen de métaphores animalisantes (« la gazelle » pour Marie José Pécic, ou la récurrente métaphore de la panthère pour désigner les athlètes d'origine africaine) ou réifiantes (*tank*, *diamant*, *hammer*), ils sous-tendent (et sont sous-tendus par)

une logique d'infrahumanisation. L'absence de phénomènes semblables pour les athlètes « blancs » ou pensés comme tels et la différence des univers convoqués sont également des ressorts de la racisation, comme le montre Lucie Forté dans son analyse des comptes rendus de compétitions, souvent émaillés par cet ornement du discours et indice de lisibilité qu'est la métaphore (Bonnet, 2010).

La désignation intentionnelle (Guillaumin, 1992) accompagnant le pivot de la métaphore (*fidgien, hebrew*) est un puissant vecteur de territorialisation de l'athlète, qu'elle ait trait à ses origines géographiques ou à l'équipe à laquelle il appartient. Autre ressort de la dramaturgie sportive, celle-ci percole dans les gentilles et diverses mentions indirectes, comme l'utilisation de noms propres métaphoriques ou même le rappel des grands patronymes du sport national ou local. Les schèmes explicatifs balancent alors entre assignation identitaire (« le Pelé du rugby » pour désigner les racines latino-américaines de Serge Blanco) et assimilation territoriale, ainsi que le souligne Vincent Charlot. On peut imputer ce phénomène à des logiques de proximités propres à certaines orientations éditoriales (presse spécialisée, presse régionale ou locale qui font florès de l'information sportive). Celles-ci valorisent les genres rédactionnels qui soulignent les proximités corporelles (comme l'interview, le reportage, l'entretien ; Ringoot, Rochard, 2005) et conduisent à une sociologisation du sportif ou de la sportive<sup>6</sup>, une *situation*. Ainsi en est-il d'Elise Pons qui pointe l'accent mis sur le lignage, métaphorique ou réel, des cavaliers et de Mélie Fraysse qui souligne l'évocation récurrente des époux et enfants des VTTistes femmes.

## Le rôle du contrat

Irrigué par une double perspective sociologique et sémiotique<sup>7</sup>, le contrat de lecture semble être au cœur des liens entre la presse, le sportif et les lecteurs. Reposant sur la construction d'un lecteur modèle, il permet au journal de rencontrer son lectorat empirique en lui proposant une image construite par ses choix formels. La presse spécialisée, amplement appréhendée dans ce dossier, est un terrain où la notion de contrat de lecture est particulièrement opératoire. Ainsi qu'Eliséo Verón (1985) l'avait fait pour les magazines féminins, Elise Pons et Mélie Fraysse, avec des outils et méthodologies distinctes (la sémiolinguistique et l'analyse sociologique) montrent comment des magazines s'adressant à des publics de niche peuvent proposer des contrats très différents et générer des communautés distinctes.

<sup>6</sup> Les genres qui exploitent le report de la parole, les témoignages de l'entourage (la femme, la mère, le meilleur ami), mais aussi les propos mêmes de l'athlète, travaillent également la matérialité langagière comme le montre Valérie Bonnet.

<sup>7</sup> « Une analyse sémiologique sans terrain permet de connaître en détail les propriétés du discours du support tel qu'il s'offre [...] mais elle ne nous indique pas de quelle façon le contrat de lecture ainsi construit s'articule (plus ou moins bien) aux intérêts, attentes, imaginaires de ses lecteurs. Un terrain sans analyse sémiologique du contrat de lecture est un terrain *aveugle* : on étudie les attitudes et les réactions des lecteurs, et des non-lecteurs, vis-à-vis d'objets dont on ne connaît pas les propriétés qui font de ces objets, précisément, des objets de lecture » (Verón, 1985 : 219).

Le contrat de lecture est imputable au positionnement vis-à-vis de la concurrence et du public, et la matérialité du dispositif médiatique (hyperstructure, photographie, rubriques) constitue l'élément central de la relation contractuelle entre la presse et son lectorat. Ainsi les photographies caractéristiques d'une culture des sports mécaniques ou « la gamelle d'or » évoquées par Mélie Fraysse ne peuvent-elles être comprises qu'au regard d'une certaine logique sociale. Roselyne Ringoot et Yvon Rochard (2005) ont en effet montré que les genres journalistiques répondent à des mécanismes proximaux différents (physiques, intellectuels ou fonctionnels, dont relève la rubrique évoquée).

Ces logiques de proximité mises en œuvre dans la presse spécialisée instaurent un lien de confiance (Véron, 1985) permettant au lectorat modèle de rencontrer le lectorat empirique, point que Mélie Fraysse a développé dans son analyse du *continuum* existant entre les rédacteurs et les lecteurs des revues de VTT : au même titre que la proximité, le terrain constitue un préconstruit fondateur du discours journalistique (Ringoot, Rochard, 2005). Il confère une légitimité au contrat de lecture proposé, dont il peut constituer l'une des composantes. C'est au nom de la connaissance dudit terrain que le discours journalistique peut redéfinir les critères de l'identité d'un groupe en tant qu'il correspond aux attentes d'une pratique, ou de l'image de cette pratique que se font les consommateurs (*a minima*) médiatiques de celle-ci, ainsi que le montre Vincent Charlot à propos du traitement des joueurs flânes dans *Midi olympique*. En (re)définissant les contours du « beau jeu », l'autoproclamé « hebdo du rugby » établit une forme de logique de continuité entre ces joueurs et les anciennes gloires françaises, les faisant les dépositaires du fameux *french flair*. Ce réajustement identitaire permet d'intégrer l'altérité dans un système de valeur dont cette presse de référence se veut l'arbitre et qui est également ce qui définit les pratiquants et les amateurs de ce sport, qui l'affichent à l'envi. Si le contrat de lecture propose une image du journal, il tend également un miroir à son lecteur.

Les lignes éditoriales travaillent les variables portées par des caractéristiques sociologiques qui construisent l'identité (âge, sexe, origine, culture, profession, pratiques) « de manière à construire une communauté de lecture plus ou moins élargie » (Ringoot, Rochard, 2005 : 75). Ces logiques peuvent être expansives, conduisant le sportif à perdre en caractéristiques techniques : Alain Chenu (2008 : 10) signale que les spécificités des sportifs « sont susceptibles de s'amenuiser à mesure que les grands sportifs deviennent des superstars ». Dans son analyse des couvertures de *Paris Match*, cet auteur souligne que la notoriété peut amener des athlètes comme David Douillet ou Zinedine Zidane à accéder « à la reconnaissance d'un public profane peu sensible aux subtilités techniques du football ou du judo » (*ibid.*), ce qui conduit ce magazine, en raison de son contrat de lecture « à diffuser des messages accessibles au public profane » (*ibid.*), et donc, à simplifier ses propos. À l'inverse, une ligne éditoriale peut viser un lectorat de niche, comme celui du terrain présenté par le travail d'Elise Pons ou de Mélie Fraysse. Dans ce cas de figure, les variables dessinant les contours du lecteur modèle sont tout autant inclusives qu'excluyantes pour qui ne possède pas les capacités identificatoire

et stratégies de lecture idoines ou n'adhère pas aux discours proposés par les choix énonciatifs. Elise Pons montre ainsi que les titres des articles ne sont guère accessibles pour qui ne connaît pas le milieu équestre, et Mélie Fraysse que les modèles de genre ne sont pas unanimement partagés. La réception peut être conçue comme une « production de sens » (Verón, 2001 : 13) s'appuyant sur des indices de signification qui proposent un certain type de *lecture*, jeu d'appropriation construit, entre autres, par la relation mise en place avec le lectorat, et dès lors, un certain type de communication. En d'autres termes, le journaliste interprète des faits et produit un discours qui sera lui-même interprété par le lecteur.

Ces liens identitaires entre le médium et son public sont soumis à des logiques de rétroaction ; celui-ci construit une communauté lectorale grâce à des postures énonciatives spécifiques, ces postures énonciatives trouvant leur source dans un certain nombre des traits constitutifs de ces communautés. Phénomène bien connu des rhéteurs, les « postulats concernant l'autre influent sur la forme du texte en voie de production ou sur ce qu'on infère de cette forme » (Hymes, 1982 : 161) ; en d'autres termes, les choix langagiers sont effectués en fonction du contexte, celui-ci étant en retour construit par lesdits choix langagiers. Ce contrat de lecture, intimement lié à la logique concurrentielle de la presse se double de ce fait d'un *contrat de communication* (Charaudeau, 1997 ; pour une synthèse, voir Charaudeau, 2017), dont les ressorts ne sont pas tant éditoriaux que sociaux. Contrat de reconnaissance « des conditions de réalisation du type d'échange langagier dans lequel ils sont engagés » (*ibid.* : 68), il intègre les conditions sociales d'interprétation, donne les clés de lecture, et constitue donc une forme de métacommunication. Ainsi Stanislas Frenkiel (2008) a-t-il montré que de 1936 à 1942, la presse produit un travail d'homogénéisation identitaire des athlètes nord-africains. Cette *indétermination catégorielle* dont sont l'objet Alfred Nakache, Larbi Ben Barek et Marcel Cerdan, tous présentés comme des Français, est sous-tendue par la logique impériale.

## Conclusion

Construit comme un personnage, la sportive ou le sportif de haut niveau, par sa (plus ou moins grande) notoriété, « permet toutes les formes d'identification, surtout dans les productions culturelles de masse » (Lits, 2009), identification variable (pratiquant et non pratiquant) donnant lieu à une production journalistique hors du secteur spécialisé. C'est là que se disjoignent discours sur le sport et discours sur les sportifs et les sportives : c'est en tant qu'individus que ces derniers et dernières sont potentiellement porteur·e·s de traits identitaires attribués, valorisés, et souvent uniques, pour des raisons de lisibilité des articles, mais aussi pour répondre aux supposées attentes et imaginaires des lecteurs. En résumé, les représentations des athlètes dans la presse sont au centre d'une relation entre l'énonciateur, le destinataire et monde décrit, relation qui peut être analysée en termes de négociation des représentations et des cultures, mais aussi en termes de *lien de lecture* (Verón, 1985 : 206).

## Références

- Attali M., Lemonnier J.-M., 2011, « Le champion sportif : une figure totémique de la France des années 1960 », *Sport History Review*, 42 (2), pp. 117-130.
- Bessone M. et al., 2015, « Identités et catégorisations sociales », *Terrains/Théories*, 3. Accès : <http://journals.openedition.org/teth/503>.
- Bonnet V., 2007, « Rugby, médias et territoire », *Mots. Les langages du politique*, 84, pp. 35-49. Accès : <https://journals.openedition.org/mots/1011>.
- Bonnet V., 2010, « Le stéréotype dans la presse sportive : vision de l'identité à travers l'altérité », *Signes, discours et sociétés*, 4. Accès : <http://www.revue-signes.info/document.php?id=1417>.
- Bonnet V., 2017, « Public du sport », *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*. Accès : <http://publictionnaire.huma-num.fr/notice/public-du-sport>.
- Bonnet V., Boure R., Cassagne J.-M., 2007, « Les valeurs rugbystiques dans les commentaires médiatiques », *Sciences de la société*, 72, pp. 59-76.
- Bouillin-Dartevelle R., 1993, « Modes de perception et stratégie d'appropriation des messages sportifs », *Réseaux. Communication, technologie, société*, 57, pp. 65-78. Accès : [https://www.persee.fr/doc/reso\\_0751-7971\\_1993\\_num\\_11\\_57\\_1024](https://www.persee.fr/doc/reso_0751-7971_1993_num_11_57_1024).
- Bourdieu P., 1982, *Ce que parler veut dire. L'économie des échanges linguistiques*, Paris, Fayard.
- Bourdieu P., 1996, *Sur la télévision*, suivi de *L'Emprise du journalisme*, Paris, Éd. Liber.
- Bourdieu P., 1998, *La Domination masculine*, Paris, Éd. Le Seuil.
- Brohm J. M., Perelman M., Vassort P., 2004, « Les héros mythifiés de l'olympisme », *Le Monde diplomatique*, pp. 26-27.
- Brubaker R., 2001, « Au-delà de L'"identité" », trad. de l'anglais par F. Junqua, *Actes de la recherche en sciences sociales*, 139, pp. 66-85.
- Buysse J. A., Embser-Herbert M. S., 2004, « Construction of Gender and Sport: An Analysis of Intercollegiate Media Guide Cover Photographs », *Gender and society*, 18 (1), pp. 66-81.
- Champagne P., 2006, « À propos du Champ Journalistique », *Questions de communication*, 10, pp. 197-209. Accès : <https://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7700>.
- Charaudeau P., 1997, *Le Discours d'information médiatique. La construction du miroir social*, Paris, Nathan.
- Charaudeau P., 2001, « Visées discursives, genres situationnels et construction textuelle », pp. 341-348, in : Ballabriga M., dir., *Analyse des discours. Types et genres*, Toulouse, Éd. Universitaires du Sud.
- Charaudeau P., 2017, « Contrat de communication/contrat de parole », *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*. Accès : <http://publictionnaire.huma-num.fr/notice/contrat-de-communication-contrat-de-parole>.
- Charlot V., Clément J.-P., 2007, « Les Blancs et les Blacks : stéréotypes sportifs et stéréotypes raciaux. Le cas du basket-ball professionnel à Pau (France) », *Sciences de la société*, 72, pp. 111-131.
- Chenu A., 2008, « Des sentiers de la gloire aux boulevards de la célébrité. Sociologie des couvertures de *Paris Match*, 1949-2005 », *Revue française de sociologie*, 49, pp. 3-52. Accès : <https://www.cairn.info/revue-francaise-de-sociologie-1-2008-1-page-3.htm>.

- Connell R.W., 1987, *Gender and Power. Society, the Person and Sexual Politics*, Cambridge, Polity Press.
- Connell R.W., Messerschmidt J., 2005, « Hegemonic Masculinity: Rethinking the Concept », *Gender and Society*, 19 (6), pp. 829-859.
- Damian-Gaillard B., Montañola S., Olivesi A., dirs, 2014, *L'Assignment de genre dans les médias. Attentes, perturbations, reconfigurations*, Rennes, Presses universitaires de Rennes.
- Dargelos B., Marchetti D., 2000, « Les "professionnels" de l'information sportive : entre exigences professionnelles et contraintes économiques », *Regards sociologiques*, 20, pp. 67-87. Accès : [http://www.regards-sociologiques.com/wp-content/uploads/2009/05/rs\\_20\\_2000\\_5\\_dargelos\\_marchetti.pdf](http://www.regards-sociologiques.com/wp-content/uploads/2009/05/rs_20_2000_5_dargelos_marchetti.pdf).
- Dayan D., 2012, « À la conquête de l'Olympe », *Communications*, 91, pp. 29-41. Accès : <https://www.cairn.info/revue-communications-2012-2-page-29.htm>.
- Diana J.-F., 2013, « De la difficulté d'être journaliste du sport », *Les Cahiers du journalisme*, 25, pp. 34-47. Accès : « De la difficulté d'être journaliste du sport », *Les Cahiers du journalisme*.
- Elias N., Dunning E., 1986, *Sport et civilisation. La violence maîtrisée*, trad. de l'anglais par J. Chicheportiche et F. Duvigneau, Paris, Fayard, 1994.
- Forté L., 2010, « "Blacks" versus "Blancs" ? Une analyse des processus d'identification à l'œuvre chez les athlètes de haut niveau », *Migrations et sociétés*, 128 (2), pp. 11-24. Accès : <https://www.cairn.info/revue-migrations-societe-2010-2-page-11.htm>.
- Frayse M., Mennesson C., 2009, « Masculinités hégémoniques et féminités : les modèles de genre dans une revue de VTT », *Sciences sociales et sport*, 2 (1), pp. 25-53. Accès : <https://www.cairn.info/revue-sciences-sociales-et-sport-2009-1-page-25.htm>.
- Frayse M., Mennesson C., 2016, « Professional Habitus and the Construction of Gender: The Case of Male Journalists for Sport Magazines in France », *Journal of Sport and Social Issues*, 40 (5), pp. 387-409.
- Frayse M., Mennesson C., 2017, « Genre et pratiques journalistiques dans la presse VTT », *Travail, genre et sociétés*, 38 (2), pp. 133-150.
- Frenkiel S., 2008, « Larbi Ben Barek, Marcel Cerdan et Alfred Nakache : icônes de l'utopie impériale dans la presse métropolitaine (1936-1944) ? », *Staps*, 80, pp. 99-113. Accès : <https://www.cairn.info/revue-staps-2008-2-page-99.htm>.
- Guillaumin C., 1972, *L'Idéologie raciste. Genèse et langage actuel*, Paris/La Haye, Mouton.
- Guillaumin C., 1992, *Sexe, race et pratique du pouvoir*, Paris, Éd. Côté femmes.
- Hall S., 1973, « Encoding and Decoding in the Television Discourse », Paper for the Council of Europe Colloquy on *Training In The Critical Reading of Television Language*, Council and Centre for Mass Communication Research, University of Leicester.
- Hardin M., Shain S., 2005, « Strength in Numbers? The Experiences and Attitudes of Women in Sports Media Careers », *Journalism and Mass Media Communication Quarterly*, 82 (4), pp. 804-819.
- Hymes D. H., 1982, *Vers la compétence de communication*, trad. de F. Mugler, Paris, Hatier/ Crédif, 1984.
- Jeanneret Y., Patrin-Leclère V., 2004, « La métaphore du contrat », *Hermès. La revue*, 38, pp. 133-140. Accès : <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2004-1-page-133.htm>.

- Kennedy R., Zamuner T., 2006, « Nicknames and the Lexicon of Sports », *American Speech*, 81 (4), pp. 387-422.
- Kerbrat-Orecchioni C., 1992, *Les Interactions verbales*, t. 2, Paris, A. Colin.
- Knoppers A., Elling A., 2001, « Sport and the Media: Race and Gender in the Representation of Athletes and Event », pp. 281-300, in : Steenbergen J., De Knopp P., Elling A., eds, *Values and Norms in Sport: Critical Reflection on the Position and Meaning of Sport in Society*, Aachen, Meyer and Meyer Sport.
- Lahire B., 2001, « Héritages sexuels : incorporation des habitudes et des croyances », pp. 9-25, in : Blöss T., dir., *La Dialectique des rapports hommes-femmes*, Paris, Presses universitaires de France.
- Liotard, P., coord., 2017, « Sports et discriminations », *Les Cahiers de la LCD*, 4.
- Lits M., 2009, « La construction du personnage dans la presse *people* », *Communication*, 27 (1), pp. 124-138. Accès : <https://journals.openedition.org/communication/1292>.
- Lochard G., 2002, « Identités sociales, médiatiques et discursives à la télévision : de la mobilité à l'instabilité », *Questions de communication*, 2, pp. 145-158. Accès : <https://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7089>.
- Marchetti D., 2002, « Les transformations de la production de l'information sportive : le cas du sport-spectacle », *Les Cahiers du journalisme*, 11, pp. 66-81. Accès : [http://www.cahiersdujournalisme.net/pdf/11/05\\_Marchetti.pdf](http://www.cahiersdujournalisme.net/pdf/11/05_Marchetti.pdf).
- McKay J., Laberge S., 2006, « Sports et masculinités », *Clio. Femmes, genre, histoire*, 23, pp. 239-267. Accès : <https://journals.openedition.org/clio/1908>.
- Menesson C., 2005, *Être une femme dans le monde des hommes. Socialisation sportive et construction du genre*, Paris, Éd. L'Harmattan.
- Menesson C., 2006, « Le gouvernement des corps des joueuses de football et des joueuses de boxe de haut niveau », *Clio. Femmes, genre, histoire*, 23, pp. 179-196. Accès : <https://journals.openedition.org/clio/1898>.
- Menesson C., 2008, « La médiatisation des supportrices de football dans la presse quotidienne : de la groupie en délire à l'accompagnatrice conviviale », *Recherches en communication*, 30, pp. 89-110. Accès : <http://sites.uclouvain.be/rec/index.php/rec/article/viewArticle/6211>.
- Menesson C., Sorignet P.-E., 2007, « Les figures des "immigrés" dans les articles sportifs de la presse régionale », *Sciences de la société*, 72, pp. 93-109.
- Messner M., Dunbar M., Hunt D., 2000, « The Televised Sports Manhood Formula », *Journal of Sport and Social Issues*, 24 (4), pp. 380-394.
- Mignon, P., 2007, « Les deux performances. Ce que les médias ont fait des sportifs », *Le Temps des médias*, 9, pp. 149-163.
- Montañola S., 2011, « La complexe médiatisation des sportives de haut niveau. Le cas des championnats du monde d'athlétisme », *Sciences de la société*, 83, pp. 82-103. Accès : <https://journals.openedition.org/sds/2174>.
- Morin E., 1957, *Les Stars*, Paris, Éd. Le Seuil, 1972.
- Morin V., 1963, « Les Olympiens », *Communications*, 2, pp. 105-121. Accès : [https://www.persee.fr/doc/comm\\_0588-8018\\_1963\\_num\\_2\\_1\\_949](https://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_1963_num_2_1_949).

- Morning A., 2015, « Pour une sociologie de la conceptualisation raciale au 21<sup>e</sup> siècle », trad. de l'anglais (États-Unis) par M. Bessone et S. Dufoix, *Terrains/Théories*, 3. Accès : <http://journals.openedition.org/teth/579>.
- Mulot S., 2008, « Chabines et métisses dans l'univers antillais », *Clio. Femmes, genre, histoire*, 27, pp. 115-134. Accès : <http://journals.openedition.org/cliio/7447>.
- Pociello C., 1998, « Sur la dramaturgie des jeux de combat », *Communications*, 67, pp. 149-164. Accès : [https://www.persee.fr/doc/comm\\_0588-8018\\_1998\\_num\\_67\\_1\\_2022](https://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_1998_num_67_1_2022).
- Rigoni I., 2010, « Les luttes de dénomination autour des "médias des minorités ethniques" », *Migrations sociétés*, 128, pp. 95-110. Accès : <https://www.cairn.info/revue-migrations-societe-2010-2-page-95.htm>.
- Ringoot R., Rochard Y., 2005, « Proximité éditoriale : normes et usages des genres journalistiques », *Mots. Les langages du politique*, 77, pp. 73-90. Accès : <https://journals.openedition.org/mots/162>.
- Rowe D., 2006, « Sports et médias », trad. de l'anglais par F. Ohl, pp. 65-84, in : Ohl F., dir., *Sociologie du sport. Perspectives internationales et mondialisation*, Paris, Presses universitaires de France.
- Rowe D., McKay J., Miller T., 2000, « Panic Sport and the Racialized Male Body », pp. 245-262, in : McKay J., Messner M.A., Sabo D., *Masculinities, Gender Relations, and Sport*, Thousand Oaks, Sage.
- Sabo D., 2005, « The Study of Masculinities and Men's Health: An Overview », pp. 326-354, in : Kimmel M. S., Hearn J., Connell R.W., dirs, *Handbook of Studies of Men and Masculinities*, Thousand Oaks, Sage.
- Schoch L., 2008, « Médias et célébrités. Les sportives des jeux olympiques d'Athènes en 2004 dans la presse française d'opinion », pp. 325-333, in : Boli C., dir., *Les Jeux olympiques. Fierté nationale et enjeu mondial*, Biarritz/Paris, Atlantica/Musée national du sport.
- Schoch L., Ohl F., 2011, « Women Sports Journalists in Switzerland: Between Assignment and Negotiation of Roles », *Sociology of Sport Journal*, 28 (2), pp. 189-208.
- Tap P. et al., s.d., « Identité », *Encyclopædia Universalis*. Accès : <http://www.universalis-edu.com/encyclopedie/identite/>.
- Verón E., 1985, « L'analyse du "contrat de lecture" : une nouvelle méthode pour les études de positionnement des supports presse », pp. 203-230, in : *Les Médias. Expériences, recherches actuelles, applications*, Paris, Inrep.
- Verón E., 2001, « Les publics entre production et réception : problèmes pour une théorie de la reconnaissance », colloque *Publicos, Televisao*, Arrabidà, Portugal, août.
- Waser A.-M., 1989, « Le marché des partenaires. Étude de trois clubs de tennis », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 80, pp. 2-21. Accès : [https://www.persee.fr/doc/arss\\_0335-5322\\_1989\\_num\\_80\\_1\\_2912](https://www.persee.fr/doc/arss_0335-5322_1989_num_80_1_2912).
- Weber M., 1922, *Essais sur la théorie de la science*, trad. de l'allemand par J. Freund, Paris, Plon, 1965.